

Além do Sabor: Uma Análise dos Fatores Psicossociais que Impulsionam a Transição para Dietas Mais Sustentáveis no Brasil

RESUMO

Introdução

As escolhas alimentares individuais têm um papel central diante dos desafios globais de saúde pública e sustentabilidade ambiental, como o crescimento populacional, a degradação de ecossistemas e a escassez de recursos. A indústria alimentícia é uma das principais contribuintes para as emissões de carbono, e o crescente interesse em dietas como o vegetarianismo, veganismo e flexitarianismo reflete uma maior conscientização sobre os impactos da alimentação. Compreender os fatores que influenciam essas escolhas é essencial para a elaboração de intervenções eficazes.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Há uma lacuna na literatura sobre a aplicação do modelo do Food Choice Questionnaire (Steptoe et al., 1995) para entender as motivações das escolhas alimentares no Brasil. A ausência de dados restringe a compreensão de como os contextos sociais e culturais locais moldam as decisões alimentares, especialmente entre jovens universitários. O objetivo do estudo é investigar os fatores psicossociais que influenciam as escolhas alimentares de universitários brasileiros, comparando as motivações entre onívoros, flexitarianos, vegetarianos e veganos.

Fundamentação Teórica

O estudo baseia-se no modelo teórico Food Choice Questionnaire (FCQ) de Steptoe, Pollard e Wardle (1995), que avalia as motivações alimentares em dimensões como saúde, conveniência, apelo sensorial, preço, controle de peso, familiaridade e ética. A pesquisa expandiu o modelo para incluir uma dimensão adicional de "preocupação com os animais". Essa estrutura teórica permite uma análise multifacetada do comportamento alimentar, reconhecendo que a decisão de comer é influenciada por uma complexa interação de fatores pessoais, culturais e ideológicos.

Metodologia

O estudo é transversal e utilizou dados de 1.582 estudantes universitários brasileiros de todas as regiões do país. O instrumento de coleta de dados foi o FCQ traduzido e validado para o Brasil, com uma escala de 4 pontos e a inclusão da dimensão "preocupação com os animais". Os participantes foram classificados em quatro grupos alimentares: onívoros, flexitarianos, vegetarianos e veganos. A análise incluiu estatísticas descritivas, análise de variância (ANOVA) e testes post hoc de Tukey para comparar as diferenças entre os grupos.

Análise e Discussão dos Resultados

Os resultados da análise indicaram diferenças significativas em todas as dimensões do FCQ entre os grupos alimentares. Saúde, conveniência e apelo sensorial foram altamente valorizados por toda a amostra. Por outro lado, ética e preocupação com os animais foram mais importantes para vegetarianos e veganos, que apresentaram pontuações progressivamente mais altas, enquanto os onívoros atribuíram menor importância a essas dimensões. A maior valorização de fatores éticos em dietas mais restritivas corrobora o conceito de dissonância cognitiva.

Considerações Finais

O estudo fornece evidências robustas de que as motivações para as escolhas alimentares variam significativamente entre universitários brasileiros com diferentes padrões de dieta. Os resultados reforçam a necessidade de estratégias multifatoriais para promover dietas mais saudáveis e sustentáveis. A valorização de saúde, conveniência e apelo sensorial sugere que as intervenções devem focar em benefícios práticos. O aumento do interesse por questões éticas e ambientais indica que políticas que ampliem a oferta de alimentos de menor impacto podem ser eficazes.

Referências

Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2017). Vegetarian on purpose: Understanding the motivations of plant-based dieters. *Appetite*, 116, 456-463. Rothgerber, H. (2020). Meat-related cognitive dissonance: A conceptual framework for understanding how meat eaters reduce negative arousal from eating animals. *Appetite*, 146, 104511. Steptoe, A., Pollard, T. M., & Wardle, J. (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food: the food choice questionnaire. *Appetite*, 25(3), 267-284.

Palavras-Chave: Escolha Alimentar / Sustentabilidade / Comportamento do consumidor